



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

# Comparação dos métodos de entrega de encomendas *online*

O caso de *e-commerce* da Sonae MC

Trabalho Final na modalidade de Projeto  
apresentado à Universidade Católica Portuguesa  
para obtenção do grau de mestre em Gestão de Serviços

por

Márcia Pais Rebelo

sob orientação de

Prof. Dr. Doutor Rui Sousa  
Prof. Dr.<sup>a</sup> Conceição Portela

Universidade Católica Portuguesa, Católica Porto Business School  
Março 2016

# Resumo

A disponibilização de mais do que um método de entrega para encomendas *online* permite de facto captar mais clientes uma vez que vai de encontro às necessidades de diferentes tipos de consumidores. Além disso, os retalhistas esforçam-se para reduzir os custos de *last mile* associados à entrega de encomendas em casa (*Home Delivery*) procurando oferecer outras opções ao cliente como por exemplo a recolha de encomendas numa loja (*Click&Collect*). No entanto, para motivar os clientes a optar por este tipo de entrega é necessário compreender quais as características das encomendas entregues através destes dois métodos. Este trabalho pretende compreender como os atributos das encomendas influenciam a probabilidade de a encomenda ser entregue pelo método *Home Delivery* ou pelo método *Click&Collect*. Para isso, foi analisada uma amostra da base de dados das transações da loja Continente *Online* correspondente a um ano com o intuito de caracterizar os atributos das encomendas que são entregues através de cada um dos métodos de entrega mencionados. Com este trabalho foi possível concluir que os clientes usam o método *Home Delivery* para encomendas mais planeadas e sobretudo quando valorizam a comodidade oferecida pela entrega em casa. Por outro lado, as encomendas entregues através do método *Click&Collect* representam compras do dia-a-dia com menor volume. Com os resultados deste trabalho são ainda propostas algumas sugestões de como se poderá incentivar os clientes a escolher o método de entrega *Click&Collect*.

Palavras-chave: *e-commerce*, métodos de entrega, retalho alimentar.

# Abstract

The offer of more than one delivery method for online orders attracts more customers since it meets different customer needs. In addition, retailers struggle to reduce last mile costs associated with delivering the order at home (*Home Delivery*) by offering other options such as the alternative of collecting the order in a physical store (*Click&Collect*). However, to motivate customers to choose this option it is necessary to understand which order features are associated with each delivery method. This study aims to understand how order attributes affect the likelihood of the order being delivered by *Home Delivery* or *Click&Collect*. This work is based on the analysis of a sample retrieved from Continente Online's database which represents a year of online transactions. The analysis aims to describe the attributes from orders delivered by *Home Delivery* and *Click&Collect*. The study found that costumers use *Home Delivery* for planned purchases and value the convenience of receiving the goods at home. On the other hand, *Click&Collect* orders represent smaller daily purchases. The study also provides suggestions on how to motivate customers to choose *Click&Collect*.

Keywords: e-commerce, delivery methods, grocery retail.